



“Perancangan strategi komunikasi pemasaran Kedai *Enakksemua*
Melalui Instagram untuk Meningkatkan Brand Awareness”

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
(S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh:

Fadilah Tri Maulana 44318010042

BIDANG STUDI PERIKLANAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

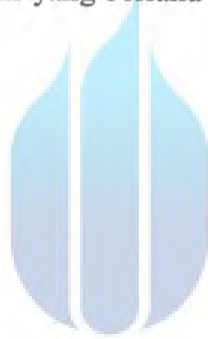
Nama : Fadillah Tri Maulana

NIM : 44318010042

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : *Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai ENAKKSEMUA Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness*

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 30 Oktober 2023



(Fadillah Tri Maulana)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN UNTUK 2 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fadillah Tri
Maulana
NIM : 44318010042.
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Perancangan Strategi komunikasi pemasaran kedai *Enakksemua* melalui instagram untuk meningkatkan Brand Awareness

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dudi Hartono M.Ikom
NIDN : 0320037307
Pembimbing 2 : Sandy Permata, M.Ikom
NIDN : 0323128306
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid, M.Si
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Melly Ridaryanthi, Ph. D
NIDN : 0324128202




Jakarta, 16 - Oktober -2023

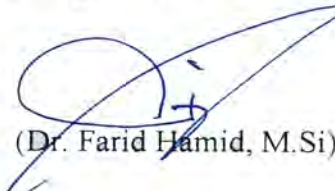
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan karunianya yang tiada ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir peduli negeri ini.

Dengan laporan tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication*.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak **Dudi Hartono, M.I.Kom** selaku pembimbing I dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
2. Ibu **Sandy Permata, S.Sos.M.I.Kom** selaku pembimbing II dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
3. Ibu **Melly Ridaryanthi, Ph D** Ketua Bidang studi Ilmu komunikasi universitas mercu buana , yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran

4. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
5. Bapak **Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* yang telah memberikan dukungan, tenaga, pikiran, waktu, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

Ucapan terima kasih yang berlimpah tentunya penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala doa dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Terima kasih atas bantuan dari semua pihak, semoga Allah memberikan berkah-Nya.

Jakarta, 29 September 2023

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadillah Tri Maulana
NIM : 44318010042
Program Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : *Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai ENAKKSEMUA Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Oktober 2023

Yag menvatakan



(Fadillah Tri Maulana)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	6
1.3 Tujuan.....	7
1.4 Mamfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akadamis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.4.3 Manfaat Sosial.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	8
2.1 sasaran kegiatan umkm.....	8
2.2 Profil usaha.....	12
2.3 Sumber daya dan bahan baku.....	12
2.5 Peluang Usaha.....	14
2.6 KPI's.....	15

BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERENCANAAN	16
3.1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu.....	16
3.2 Perencanaan Strategi Planner.....	21
3.3 Marketing Strategy	23
3.3.1 Brand Awareness	23
3.4 Bauran Pemasaran.....	27
3.4.1 Digital Marketing Communication	29
3.5 Iklan	30
3.5.1 Definisi Iklan.....	30
3.5.2 Tujuan Iklan	32
3.6 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	32
3.7 Pemilihan Konten Dan Media Sebagai Sarana Menyebaran Informasi	34
BAB IV METODE PELAKSANAAN	40
4.1 Teknik atau Tatacara Pelaksanaan.....	40
4.1.1 Observasi.....	40
4.2 Wawancara.....	45
4.2.3 Diskusi	47
4.2.4 Konsultasi.....	47
4.2.5 Simulasi.....	48
4.3 TAHAPAN KEGIATAN.....	49
4.3.1 Tahap pelatihan	49
4.3.2 Pendampingan	50
4.3.3 Perencanaan.....	50
4.3.4 Persiapan	51
4.3.5 Pelaksanaan.....	52
4.4.1 Bentuk Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan	52
4.5 Anggaran.....	53
4.6 Jadwal	53

BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....	56
5.1 Hasil yang dicapai.....	56
5.2.1 Tahapan Pembuatan konten marketing	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran	68
6.2.1 Universitas Mercu Buana.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu	17
Tabel 3. 2 Tabel Perencanaan Strategic Planner	21
Tabel 3. 3 creative brief.....	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 presentase penggunaan media sosial	2
Gambar 1. 2 Dokumentasi medua sosial instagram (@miebandung1968).....	4
Gambar 2. 1 Dokumentasi medua sosial Instagram Kedai EnakkSemua)	9
Gambar 2. 2 konten medua sosial Instagram Kedai EnakkSemua).....	11
Gambar 3. 1 Piramida Brand Awareness Sumber: Durianto et al. (2004: p.55)	24
Gambar 3. 2 Nilai-Nilai Kesadaran Merek Sumber: Durianto et al, (2004: p.7)	26
Gambar 4. 1 .dokumentasi pribadi lokasi usaha.....	41
Gambar 4. 2 sosial media sebelum pendampingan.....	51
Gambar 5. 1 sesudah dan sebelum pendampingan.....	57

